

**KASABA: JOURNAL OF ISLAMIC ECONOMY**

Published by Program Studi Magister Ekonomi Syariah- Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia

ISSN: 1978-7308 (Print)

[Http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/KASABA](http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/KASABA)

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS MUZAKKI DI AMIL ZAKAT DAERAH KABUPATEN CILACAP

**Tefur Rochman<sup>1</sup>, Hendri Tanjung<sup>2</sup>, Fahrudin Sukarno<sup>3</sup>**<sup>1 2 3</sup> Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to analyze the effectiveness of service quality toward satisfaction and loyalty of muzakki, as well as the analyses of influence muzakkis' satisfaction towards their loyalty in BAZNAS Cilacap. In this research, the researcher used 560 muzakki in BAZNAS Cilacap district. Determination of the number of samples used Slovin formula and obtained the total sample of 80 muzakki. Methods of data collection through questionnaires and documentation, analytical techniques used are simple regression analysis. The results showed that the influence of service toward the satisfaction of muzakki has a positive effect with the results correlation is 0.417, indicating that the quality of services provided by BAZNAS Cilacap is still low. Second, influence of service toward the trust of muzakki has a positive effect with results correlation is 0.371, indicating that the quality of services provided by BAZNAS Cilacap is still low and it is not felt by muzakki. And last, the influence of muzakkis' satisfaction toward muzakkis' loyalty has positive effect with the result is 0.467 indicating that muzakkis' satisfaction and loyalty have not been felt by muzakki in Cilacap.*

**Keyword:** *loyalty, satisfaction, service quality, zakat*

## I. PENDAHULUAN

Pengelolaan zakat di Indonesia mengalami beberapa fase sejalan dengan perkembangan sosial politik negara. Pengalaman itu dialami pada masa penjajahan, kemerdekaan dan pada masa reformasi. Kecuali masa reformasi, pengelolaan zakat pada masa penjajahan dan kemerdekaan (orde baru dan orde lama) memberikan gambaran buram fungsi zakat di Indonesia. Antara komunitas muslim dengan hasil zakat tidak memberikan gambaran seimbang. Artinya, pembayaran zakat mungkin masih bersifat individual sehingga tidak ada data jumlah muzakki atau belum dibayarkan secara baik oleh umat Islam, jika pembayaran zakat pun dilaksanakan, zakat hanya digunakan sebagai karitas, berperan sebagai derma untuk kepentingan sesaat. Dalam kasus ini, zakat biasanya dibayar langsung pada orang tertentu yang ia sukai atau atas seruan tokoh masyarakat yang ada diwilayahnya. Tidak ada data akurat berapa zakat dapat dikumpulkan, karena zakat dianggap sebagai rutinitas dan ubudiyah saja (Asep Saefuddin Johar:2008). Belum bisa menjadi sebuah kesadaran akan pentingnya berzakat.

Zakat sebagai rukun Islam yang ketiga, merupakan instrument utama dalam ajaran Islam, yang berfungsi sebagai distributor aliran dari tangan *the have* (kaya) kepada *the have not* (miskin), ia merupakan instrumen resmi yang diarahkan untuk menciptakan pemerataan dan keadilan bagi masyarakat, sehingga taraf kehidupan dapat ditingkatkan (Hafidhuddin: 2007). Maka dari itu diperlukannya lembaga mengelola zakat agar sistem penyalurannya diharapkan lebih lebih

merata dan adil ketimbang disalurkan secara individu.

Untuk kasus di Indonesia, yang secara demografi penduduknya mayoritas umat Islam. Potensi zakat sangat besar harus diimbangi dengan pengelolaan zakat yang professional pula. Sehingga, zakat tersalurkan kepada mustahik tidak bersifat konsumtif atau sesaat. Pengelolaan zakat yang profesional, diharapkan pendistribusiannya lebih produktif. Pemberian pinjaman modal misalnya, dalam rangka peningkatan prekonomian masyarakat.

Pada tahun 1998, Indonesia mengalami krisis ekonomi yang kemudian dianggap banyak pihak memincu terjadinya reformasi dalam berbagai bidang kehidupan dan kenegaraan. Tahun ini pula. Lembaga zakat kian gencar di wacanakan tanpa terkecuali. (Nasution:2009)

“Titik balik terpenting dunia zakat Indonesia terjadi pada tahun 1999. Sejak tahun 1999, zakat secara resmi masuk kedalam ranah hukum positif di Indonesia dengan keluarnya UU No.38/1999 tentang pengelolaan zakat. Berdasarkan UU ini, zakat dapat dikelola baik oleh lembaga amal bentukan pemerintah yaitu Badan Amil zakat (BAZ) maupun oleh lembaga amal bentukan masyarakat yaitu lembaga amil zakat (LAZ).

Sejak keluarnya UU ini, lembaga amil tumbuh bak cendawan dimusim hujan, baik ditingkat pusat maupun daerah. Hingga kini setidaknya terdapat BAZNAS dan 18 LAZ tingkat nasional, 33 BAZ tingkat propinsi, dan 429 BAZ tingkat Kabupaten/kota. Belum lagi bila kita

perhitungkan LAZ tingkat daerah, 4771 BAZ tingkat kecamatan, Unit pengumpulan zakat (UPZ) serta amil-amil tradisional individual berbasis masjid dan pesantren.”

Kesadaran muzakki dalam menunaikan ibadah zakat melalui LAZ maupun BAZ perlu mendapatkan perhatian yang serius karena pendayagunaan dana zakat yang besar membutuhkan *muzakki* yang besar pula. Dalam tujuan untuk menarik kepuasan para *muzakki* agar dapat mengumpulkan zakatnya kepada lembaga, maka lembaga zakat harusnya meningkatkan kualitas pelayanan yang memadai supaya dapat menghasilkan *muzakki* yang loyal sebagai salah satu upaya dalam memajukan lembaga tersebut.

Oleh karena itu, kualitas sebuah layanan saat ini sangat penting bagi perkembangan sebuah lembaga zakat dalam peningkatan pendayagunaan dan zakat yang optimal. Untuk itu, pengelolaan lembaga zakat paling tidak harus mempunyai fasilitas yang memadai seperti ruangan yang ramah, peralatan administrasi yang lengkap dan lingkungan yang bersahabat atau sejuk agar para *muzakki* diharapkan semakin nyaman dengan lembaga zakat tersebut, diimbangi dengan pelayanan yang baik juga akan meningkatkan minat para *muzakki* sehingga *muzakki* akan merasa puas apabila semua proses pelayanan sesuai dengan yang diharapkan dan dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang optimal.

Philip Kotler dan A.B. Susanto, (1999: 52) menyatakan bahwa pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja sesuai harapan, pelanggan puas, jika kinerja melebihi harapan, nasabah

sangat puas, senang, dan gembira dan jika kinerja tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan tidak puas. Pada dasarnya tingkat kepuasan *muzakki* inilah yang harus menjadi tujuan setiap pemasaran.

Bentuk fisik (*tangible*) seperti gedung, peralatan, dan penampilan fisik dari seluruh karyawan merupakan suatu bentuk nyata dan terlihat. Konsumen akan merasa puas jika tempat di mana ia memperoleh pelayanan yang ramah dan nyaman. Pada pertama kali *muzakki* akan melihat tampilan fisik dari suatu lembaga zakat. Hal ini akan memberikan gambaran kepada mereka bahwa suatu pelayanan yang baik akan memberikan pelayanan yang berkualitas. Oleh karena itu, ada beberapa dimensi yang perlu diperhatikan, *pertama*, dimensi *empathy*, dimensi ini akan memberikan peluang yang besar bagi lembaga zakat untuk memberikan pelayanan yang baik, pelayanan *empati* yang dapat menciptakan kepuasan konsumen memerlukan dukungan dari setiap lembaga zakat dalam memahami kebutuhan spesifik konsumen dalam hal ini *muzakki*. *Kedua*, Pelayanan yang handal (*reliability*) , pelayanan ini ditentukan oleh kemampuan pelayanan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan. Pelayanan yang dilaksanakan sesuai dengan janji menandakan kinerja lembaga zakat yang mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan *muzakki*. *Ketiga* Pelayanan yang responsive / cepat tanggap merupakan bentuk pelayanan yang diharapkan oleh *muzakki*. Lembaga zakat yang mampu tanggap terhadap kebutuhan konsumen/*muzakki* memberikan kepuasan atas layanan yang mereka terima. yang terakhir adalah jaminan (*assurance*) yang akan

memberikan kepuasan bagi konsumen yang memilih untuk mengonsumsi suatu pelayanan.

Menurut Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, (2011: 169) Persoalan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen kini semakin menjadi hal yang penting dan genting bagi perusahaan pelayanan. Sehingga dalam hal ini BAZNAS Cilacap dituntut untuk mementingkan kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan muzakki.

BAZNAS Cilacap yang dibentuk pada tahun 2008 berdasarkan Keputusan Bupati Cilacap Nomor : 451.1/217 / 07 / 2008, bisa dikatakan lembaga yang sudah tidak dikatakan muda lagi, Adapun *muzakki* sebagian besar berasal dari dinas instansi, BUMN, BUMD yang ada di Kabupaten Cilacap, yang jumlahnya mencapai 90 unit dengan total jumlah *muzakki* bisa dikisar mencapai kurang dari seribu *muzakki*. Hal ini menandakan bahwa selama dibentuknya lembaga tersebut peningkatan jumlah *muzakki* masih *stagnan* tidak begitu ada peningkatan yang signifikan, bentuk fisik (*tangible*) fasilitas gedung dan perlengkapannya pun masih terbilang belum ada perubahan atau dengan kata lain masih seperti pertama didirikan, kualitas pelayanannya masih sangat sederhana. Hal ini secara langsung akan berpengaruh terhadap *muzakki* dalam melihat kualitas pelayanan yang kurang memuaskan sehingga akan mempengaruhi loyalitas *muzakki* itu sendiri dan juga akan menentukan bertambah atau berkurangnya jumlah *muzakki*.

Dalam konteks pelayanan lembaga zakat, loyalitas dilukiskan untuk menggambarkan kesediaan *muzakki*, untuk terus berlangganan secara terus

menerus dalam jangka yang panjang, dengan selalu membayar zakat dan tidak hanya dalam hal membayar zakat tetapi juga dalam hal partisipasi kegiatan ataupun dengan suka rela merekomendasikan kepada teman-temannya untuk membayar zakat kepada lembaga zakat, dalam hal ini adalah BAZNAS Kabupaten Cilacap.

Penelitian ini membatasi bahasan pada: (a) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki BAZNAS Kabupaten Cilacap. (b) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki BAZNAS kabupaten Cilacap, dan (c) Menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas muzakki BAZNAS kabupaten Cilacap

## II. METODE PENELITIAN

Adapun penelitian yang dilakukan oleh penulis mengambil lokasi di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Cilacap Jawa tengah. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Juli sampai dengan bulan Oktober 2013. Jenis ini masuk kategori penelitian lapangan, karena data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung di BAZNAS Kabupaten Cilacap

Populasi yang diambil untuk penelitian ini adalah rata-rata jumlah muzakki yang berzakat di BAZNAS Kabupaten Cilacap adalah 560 orang, jumlah sampel untuk penelitian menggunakan *margin of error* sebesar 2,5 persen dari jumlah keseluruhan sampel. Maka jumlah sampel yang diteliti adalah 80 orang.

Metode pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi.

### III. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### A. Profil BAZNAS Kabupaten Cilacap

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Cilacap merupakan lembaga sosial yang dibentuk dengan SK Bupati Cilacap Nomor : 451.1/217 Tahun 2008 berperan dan bertanggungjawab dalam memfasilitasi pengumpulan dan penyaluran dana zakat, infaq dan shadaqah dai Muzzaki untuk ditayarufkan kepada yang berhak menerimanya 8 ansaf (Fakir, Miskin, Sabilillah, Ibnu sabil, Muallaf, Riqab, Gharim dan Amil) sesuai dengan syariat Islam.

Visi dari BAZNAS Kabupaten Cilacap adalah “menjadi lembaga pengelola zakat, infaq fan shadaqah yang kompetitif, bersaing dan profesional”.

Sedangkan Misi dari BAZNAS Kabupaten Cilacap adalah sebagai berikut: (a) mewujudkan keorganisasian yang baik, (b) meningkatkan kesadaran ummat untuk berzakat melalui amil zakat. (c) Optialisasi kualitas pengelola zakat, infaq dan shadaqah yang transparan, terukur, berdayaguna, dan dapat dipertanggungjawabkan dalam mewujudkan kemandirian masyarakat. (d) Memaksimalkan peran zakat dalam menanggulangi kemiskinan diwilayah Cilacap. Dan (e) Meningkatkan kuailitas pelayanan dengan berpedoman pada tertib administrasi, tertib keuangan dan tertib aturan.

Kepengurusan BAZNAS Cilacap terdiri dari unsur ulama, unsur pemerintah dan unsur masyarakt dengan harapan BAZNAS bisa amanah, adil, berdedikasi dan profesional.

#### B. Pola Penghimpunan

Pelayanan BAZNAS Kabupaten Cilacap yaitu menghimpun dana donasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan langsung yaitu menerjunkan para relwan yang bertugas sebagai juru pungut dengan mendatangi para donasi, sedanagkan secra langsung yaitu dengan membuka rekening bank. Dana selanjutnya akan dikumpulkan dan disambungkan kepada yang berhak menerima melalui program kerja yang telah dirancang oleh BAZNAS Kabupaten Cilacap dan menyalurkan kepada para pemohon yang diajukan oleh masyarakat untuk kepentingan 8 ansaf.

#### C. Pola Penyaluran

Seluruh program yang dilaksanakan telah melalui uji kelayakan program, laporan berkala setiap bulan kepada Bupati Cilacap. Program kerja BAZNAS Kabupaten Cilacap sebagai berikut:

(a) Program Pendidikan di antaranya Beasiswa pendidikan, Bantuan Biaya Pendidikan, (b) Bantuan peningkatan fisik pendidikan di antaranya

Program Kesehatan (Pengobatan gratis, Bantuan biaya pengobatan, dan Penanggulangan gizi buruk bagi kaum Dhu’afa).

Program Ekonomi (Bantuan modal usaha kecil, Bantuan sarana usaha, dan Pinjaman modal bergulir (Qordul hasan));

Program Dakwah dan Sosial kemanusiaan (Peduli bencana alam, Bantuan guru ngaji, Bantuan logistik kaum Dhu’afa, Bantuan kaum janda dan manula, Kegiatan peringatan hari besar Islam (PHBI), Pengiriman Guru ngaji ke daerah-daerah terpencil, dan Penguatan

pendidikan berbasis pesantren di daerah terpencil.

Dan program unggulan yaitu Wakaf Al-Qur'an Dan Perlengkapan Ibadah.

Pola pendayagunaan dana zakat dalam mengatur dana ZIS yang mengutamakan pada kesejahteraan masyarakat Cilacap sesuai dengan motto BAZNAS Kabupaten Cilacap adalah dengan sistem pembagaian berdasarkan pada 8 ansaf seperti yang tergambar sebagai berikut:

#### **D. Karakteristik Responden**

Jenis kelamin responden *muzakki* di BAZNAS Kabupaten Cilacap yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 44 orang (55, persen), sedangkan selebihnya adalah responden perempuan sebanyak 36 orang (45 persen). Dalam hal ini menunjukkan bahawa sebagian besarmuzakki di BAZNAS kabupaten Cilacap yang diambil sebagai responden adalah laki-laki.

Usia mayoritas responden berusia 24 - 30 tahun sebanyak 23 orang (28,75 persen), yang berusia 31 - 37 tahun sebanyak 20 orang (25 persen), yang berusia 38 - 44 tahun sebanyak 16 orang (20 persen), yang berusia 45 - 51 tahun sebanyak 11 orang (13,75), selanjutnya yang berusia 52 - 58 tahun adalah sebanyak 9 orang (11,25), dan yang berusia 59 - 65 tahun tidak ada, atau 0 (0 persen), sedangkan yang berusia 66 - 75 tahun sebanyak 1 orang (1,25 persen). Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 ini memperlihatkan bahwa muzakki di BAZNAS Kabupaten Cilacap yang diambil sebagai responden sebagian besar berusia 24 - 30 tahun.

Pendidikan responden yang berpendidikan SMP sebanyak 1 orang (1,25 persen), sedangkan yang berpendidikan SMA sebanyak 19 orang (23,75 persen), yang berpendidikan Sarjana sebanyak 48 orang (60 persen), dan yang berpendidikan pascasarjana sebanyak 12 orang (15 persen). Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 memperlihatkan bahwa *muzakki* di BAZNAS Kabupaten Cilacap yang diambil sebagai responden sebagian besar berpendidikan sarjana.

Pekerjaan sebagian besar dari *muzakki* di BAZNAS Kabupaten Cilacap yang sebagai responden sebagian besar mempunyai pekerjaan PNS (pegawai Negeri Sipil) yaitu sebanyak 51 orang (63,75 persen); Swasta sebanyak 25 orang (31,25 persen), Wiraswasta sebanyak 4 orang (5 persen).

Lama menjadi muzakki di BAZNAS Kabupaten Cilacap adalah 6 tahun keatas, yaitu sebanyak 23 orang (28,75 persen), dan 4 - 6 tahun sebanyak 21 orang (26,25 persen), 1 -3 tahun sebanyak 22 orang (27,5 persen), sedangkan yang kurang dari 1 tahun sebanyak 14 orang (17,5 persen).

#### **E. Kualitas Pelayanan terhadap Responden**

Tanggapan responden terhadap kualitas Pelayanan yang dijelaskan melalui lima indikator yaitu: *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati) dan *Tangible* (berwujud). Adalah sebagai berikut:

*Tanggapan para muzakki tentang pertanyaan BAZNAS Kabupaten Cilacap selalu tepat dalam memberikan dana zakat kepada yang berhak.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 53 muzakki atau 66,25 persen, responden yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 13 responden atau 16,25 persen, yang menyatakan sangat setuju berjumlah 12 responden atau 15 persen dan yang menyatakan tidak setuju yaitu 2 responden atau 2,5 persen.

*Tanggapan muzakki tentang pertanyaan BAZNAS Kabupaten Cilacap selalu memberikan bantuan kepada para muzakki.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 52 responden atau 65 persen, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 14 responden atau 27,5 persen, yang menjawab sangat setuju adalah 7 responden atau 8,75 persen, yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 responden atau 6,5 persen, sedangkan yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 responden atau 2,5 persen.

*Tanggapan muzakki tentang pertanyaan Pelayanan di BAZNAS Kabupaten Cilacap selalu cepat.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 51 responden atau 63,75 persen, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 15 responden atau 18,75 persen, yang menjawab sangat setuju adalah 9 responden atau 11,25 persen, sedangkan yang menjawab tidak setuju berjumlah 5 responden atau 6,25 persen.

*Tanggapan muzakki tentang pertanyaan BAZNAS Kabupaten Cilacap memiliki pengetahuan yang luas tentang zakat.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 51 responden atau 63,75 persen,

yang menjawab ragu-ragu berjumlah 16 responden atau 20 persen, yang menjawab sangat setuju adalah 13 responden atau 16,25 persen, sedangkan yang menjawab tidak setuju tidak ada atau 0 persen.

*Tanggapan muzakki tentang pertanyaan BAZNAS Kabupaten Cilacap selalu mengutamakan pelayanan yang ramah.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 51 responden atau 63,75 persen, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 14 responden atau 17,5 persen, yang menjawab sangat setuju adalah 13 responden atau 16,25 persen, sedangkan yang menjawab tidak setuju berjumlah 2 responden atau 2,5 persen.

*Tanggapan muzakki tentang pertanyaan BAZNAS Kabupaten Cilacap selalu mengutamakan pelayanan yang ramah.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 56 responden atau 70 persen, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 15 responden atau 18,75 persen, yang menjawab sangat setuju adalah 9 responden atau 11,25 persen, sedangkan yang menjawab tidak setuju tidak ada responden atau 0 persen.

*Tanggapan muzakki tentang pertanyaan BAZNAS Kabupaten Cilacap memiliki gedung yang representatif (serbaguna) dan Islami.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 42 responden atau 52,5 persen, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 25 responden atau 31,25 persen, yang menjawab sangat setuju adalah 4 responden atau 5 persen, sedangkan

yang menjawab tidak setuju sebanyak 9 responden atau 11,25 persen.

*Tanggapan muzakki tentang pertanyaan BAZNAS Kabupaten Cilacap memiliki sarana dan prasarana yang lengkap.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 43 responden atau 53,75 persen, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 27 responden atau 33,75 persen, yang menjawab sangat setuju adalah 1 responden atau 1,25 persen, sedangkan yang menjawab tidak setuju sebanyak 9 responden atau 11,25 persen.

*Tanggapan muzakki tentang pertanyaan Karyawan di BAZNAS Kabupaten Cilacap selalu berpakaian rapi dan Islami.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 59 responden atau 73,75 persen, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 11 responden atau 13,75 persen, yang menjawab sangat setuju adalah 5 responden atau 6,25 persen, sedangkan yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 responden atau 6,25 persen.

#### **F. Kepuasan Responden**

Tanggapan responden terhadap kepuasan yang dijelaskan melalui tiga indikator yaitu, kesesuaian harapan, kemudahan dalam memperoleh pelayanan (pelayanan), kesediaan merekomendasi.

*tanggapan muzakki tentang pertanyaan BAZNAS Kabupaten Cilacap selalu mengerti dan memahami keluhan-keluhan para muzakki.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 45 responden atau 56,25%, yang

menjawab ragu-ragu berjumlah 28 responden atau 35%, yang menjawab sangat setuju adalah 5 responden atau 6,25%, sedangkan yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2,25%.

*tanggapan muzakki tentang pertanyaan Pelayanan yang diberikan BAZNAS Kabupaten Cilacap sangat sesuai dengan harapan saya.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 44 responden atau 55%, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 25 responden atau 31,25%, yang menjawab sangat setuju adalah 8 responden atau 10%, sedangkan yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2,5% dan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,25%.

*tanggapan muzakki tentang BAZNAS Kabupaten Cilacap memberikan kemudahan dalam melayani para muzakki.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 53 responden atau 66,25%, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 17 responden atau 21,25%, yang menjawab sangat setuju adalah 10 responden atau 12,5%, sedangkan yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%.

*tanggapan muzakki tentang pertanyaan BAZNAS Kabupaten Cilacap memberikan proses pelayanan yang cepat.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 51 responden atau 63,75%, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 21 responden atau 26,25%, yang menjawab sangat setuju adalah 6 responden atau



7,5%, sedangkan yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2,5%.

*tanggapan muzakki tentang pertanyaan BAZNAS Kabupaten Cilacap memuaskan sehingga saya selalu merekomendasi keluarga, teman atau orang lain untuk berzakat di BAZNAS Kabupaten Cilacap.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 46 responden atau 57,5%, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 27 responden atau 33,75%, yang menjawab sangat setuju adalah 7 responden atau 8,75%, sedangkan yang menjawab tidak setuju tidak ada atau 0%.

#### **G. Loyalitas Responden**

Tanggapan responden terhadap loyalitas yang dijelaskan melalui lima indikator yaitu, sosialisasi, *interaction* (interaksi), menawarkan ide dan gagasan baru, *participation* (partisipasi), dan kesetiaan.

*tanggapan muzakki tentang pertanyaan Saya senang menyampaikan program-program BAZNAS Kabupaten Cilacap kepada relasi saya.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 41 responden atau 51,25%, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 29 responden atau 36,25%, yang menjawab sangat setuju adalah 5 responden atau 6,25%, sedangkan yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 responden atau 5% dan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,25%.

*tanggapan muzakki tentang pertanyaan Saya akan melakukan interaksi yang lebih rutin dengan BAZNAS Kabupaten Cilacap.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 44 responden atau 55%, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 22 responden atau 27,5%, yang menjawab sangat setuju adalah 8 responden atau 10%, sedangkan yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 responden atau 7,5%.

*tanggapan muzakki tentang pertanyaan Saya sering menawarkan ide atau gagasan program kepada BAZNAS Kabupaten Cilacap.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 42 responden atau 52,5%, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 24 responden atau 30%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 12 responden atau 15%, sedangkan yang menjawab sangat setuju adalah 2 responden atau 2,5%.

*tanggapan muzakki tentang pertanyaan Saya akan ikut Berpartisipasi pada pengembangan program BAZNAS Kabupaten Cilacap.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 58 responden atau 72,5%, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 11 responden atau 13,75%, yang menjawab sangat setuju adalah 7 responden atau 8,25%, sedangkan yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 responden atau 5%.

*tanggapan muzakki tentang pertanyaan Saya tidak mempunyai keinginan untuk memutus interaksi dengan BAZNAS Kabupaten Cilacap.*

Tanggapan yang paling banyak adalah pada jawaban setuju dengan jumlah 47 responden atau 58,75%, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 10 responden atau 12,5%, yang menjawab sangat setuju adalah 19 responden atau 23,75%, sedangkan yang menjawab tidak

setuju sebanyak 3 responden atau 3,75% dan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,25%.

#### H. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Muzakki BAZNAS Kabupaten Cilacap

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai signifikansi

adalah 0.000 yang bernilai kurang dari  $\alpha = 0.05$ , oleh karena itu keputusan adalah Tolak  $H_0$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan (Y1).

Tabel. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Muzakki BAZNAS Kabupaten Cilacap

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	<b>10.555</b>	2.028		5.204	.000
Kualitas Pelayanan (X)	<b>.240</b>	.059	.417	4.054	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y1)

Sumber: Diolah dalam penelitian

Dari persamaan regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X) adalah sebesar 0.240, artinya jika nilai dari Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka nilai dari Kepuasan akan mengalami kenaikan sebesar 0.240 satuan. Begitupula sebaliknya, jika nilai dari Kualitas Pelayanan mengalami penurunan 1 satuan, maka nilai dari variabel Kepuasan akan mengalami penurunan sebesar 0.240 satuan. Dalam hal ini pengaruh dari variabel independen Kualitas Pelayanan adalah berbanding lurus dengan Kepuasan, artinya semakin meningkat Kualitas Pelayanan, maka nilai Kepuasan juga akan semakin meningkat, begitu pula sebaliknya.

Maksudnya adalah walaupun berpengaruh positif, akan tetapi kualitas pelayanan yang ada pada BAZNAS

Kabupaten Cilacap masih jauh dari harapan dan hal ini memerlukan adanya peningkatan kepuasan para *muzakki* yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Cilacap. Hal ini tercermin pada beberapa indikator variabel kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan *muzakki* terutama terletak pada keandalan (*reliability*), perhatian (*empathy*), tanggap (*responsiveness*), kepastian (*assurance*) dan juga penampilan fisik (*tangible*) yang masih jauh dari harapan dan perlu adanya usaha untuk meningkatkan kepuasan muzakki yang ditujukan oleh BAZNAS Kabupaten Cilacap. Melihat lebih merinci pada variabel kepuasan muzakki dengan indikator penampilan fisik, kesesuaian harapan, kemudahan dalam memperoleh pelayanan, dan kesediaan merekomendasi masih mengandung

unsur keragu-raguan dalam pemberian respon atas pertanyaan yang diberikan.

Dengan demikian menurut analisis penulis bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas *muzakki* terletak pada kualitas pelayanan yang ada pada lembaga BAZNAS tersebut. Maka dari itu, pelayanan harus menjadi perhatian utama dalam meningkatkan kepuasan, sehingga kepuasan dan loyalitas terhadap lembaga tersebut akan muncul.

### I. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki BAZNAS Kabupaten Cilacap

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai signifikansi adalah 0.001 yang bernilai kurang dari  $\alpha = 0.05$ , oleh karena itu keputusan adalah Tolak  $H_0$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas (Y2).

**Tabel** Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki BAZNAS Kabupaten Cilacap

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	<b>10.613</b>	2.243		4.732	.000
Kualitas Pelayanan (X)	<b>.232</b>	.066	.371	3.533	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas (Y2)

Sumber: Diolah dalam penelitian

Dari persamaan regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X) adalah sebesar 0.232, artinya jika nilai dari Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka nilai dari Loyalitas akan mengalami kenaikan sebesar 0.232 satuan. Begitupula sebaliknya, jika nilai dari Kualitas Pelayanan mengalami penurunan 1 satuan, maka nilai dari variabel Loyalitas akan mengalami penurunan sebesar 0.232 satuan. Dalam hal ini pengaruh dari variabel independen Kualitas Pelayanan adalah berbanding lurus dengan Loyalitas, artinya semakin meningkat Kualitas Pelayanan, maka

nilai Loyalitas juga akan semakin meningkat, begitu pula sebaliknya.

Hal ini bisa terjadi karena *muzakki* BAZNAS Kabupaten Cilacap merasa bahwa kualitas pelayanan dirasa masih memerlukan peningkatan kembali agar kedepan lebih baik lagi guna meningkatkan tingkat loyalitas *muzakki* yang berzakat di BAZNAS Cilacap. Karena kualitas sangat penting agar terciptanya loyalitas *muzakki* terhadap lembaga tersebut.

#### J. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Muzakki BAZNAS Kabupaten Cilacap

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai signifikansi

adalah 0.000 yang bernilai kurang dari  $\alpha = 0.05$ , oleh karena itu keputusan adalah Tolak  $H_0$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Kepuasan (Y1) terhadap Loyalitas (Y2).

Tabel Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Muzakki BAZNAS Kabupaten Cilacap

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	<b>9.011</b>	2.045		4.406	.000
Kepuasan (Y1)	<b>.506</b>	.108	.467	4.667	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas (Y2)

Sumber: Diolah dalam penelitian

Dari persamaan regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi variabel Kepuasan (X) adalah sebesar 0.506, artinya jika nilai dari Kepuasan mengalami kenaikan 1 satuan, maka nilai dari Loyalitas akan mengalami kenaikan sebesar 0.506 satuan. Begitupula sebaliknya, jika nilai dari Kepuasan mengalami penurunan 1 satuan, maka nilai dari variabel Loyalitas akan mengalami penurunan sebesar 0.506 satuan. Dalam hal ini pengaruh dari variabel independen Kepuasan adalah berbanding lurus dengan Loyalitas, artinya semakin meningkat Kepuasan, maka nilai Loyalitas juga akan semakin meningkat, begitu pula sebaliknya.

Hal ini bisa terjadi karena *muzakki* BAZNAS Kabupaten Cilacap merasa jika kepuasan *muzakki* meningkat maka akan meningkat pula tingkat loyalitas *muzakki* yang berzakat di BAZNAS Kabupaten Cilacap. Maka kepuasan sangat penting bagi para *muzakki* karena akan sangat

berpengaruh positif bagi perkembangan dan peningkatan BAZNAS Cilacap.

#### IV. KESIMPULAN

Hal-hal utama yang sesuai dengan research questions penelitian sebagai berikut:

*Pertama*, pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis 1 yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki. Nilai koefisien antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan muzakki di BAZNAS Kabupaten Cilacap yang dibentuk menghasilkan sebuah hubungan yang positif. Meskipun demikian hasil korelasi sebesar 0,417 hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh BAZNAS Kabupaten Cilacap belum terlalu dapat dirasakan oleh muzakki di BAZNAS Kabupaten Cilacap atau bisa dikatakan kualitas Pelayanan masih agak rendah.

*Kedua*, Berkenaan dengan pengujian hipotesis 2 yaitu kualitas pelayanan

berpengaruh terhadap loyalitas muzakki. Nilai koefisien antara variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas muzakki di BAZNAS Kabupaten Cilacap yang dibentuk menghasilkan sebuah hubungan yang positif. Demikian pula hasil korelasi sebesar 0,371 artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh BAZNAS Kabupaten Cilacap belum terlalu dapat dirasakan oleh muzakki di BAZNAS Kabupaten Cilacap atau bisa dikatakan masih agak rendah

Ketiga, pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis 3. Kepuasan muzakki berpengaruh terhadap loyalitas muzakki. Nilai koefisien antara variabel kepuasan muzakki dengan loyalitas muzakki di BAZNAS Kabupaten Cilacap yang dibentuk menghasilkan sebuah hubungan yang positif. Hasil korelasi sebesar 0,467 menunjukan bahwa kepuasan muzakki terhadap loyalitas muzakki belum terlalu dapat dirasakan oleh muzakki di BAZNAS Kabupaten Cilacap atau bisa dikatakan masih agak rendah.

#### DAFTAR PUSTAKA

Arif, Mohammad Syamsul dan Hendri Tanjung, *Manajemen Oprasi cet. II*, Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.2006.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

Azis Dahlan, Abdul, et al., *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve, 1996.

<http://BAZNAScilacap.blogspot.com/>

Departemen Agama RI, *Pedoman Zakat, Bagian Proyek Peningkatan Zakat dan Wakaf*, 2002.

Edwin Nasution, Mustafa dkk, Indonesia Develoment Report 2009, (Jakarta; PEBS FEUI dan CID 2009).

Hafidhuddin, Didin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah*, jakarta. Gema Insani. 2008

\_\_\_\_\_, & Irfan Syauqi Beik, *Zakat Development : The Indonesia's Experience*, Al-Infaq Jurnal Ekonomi Islam, vol.1 2010.

\_\_\_\_\_, "Zakat dalam perekonomian modern", Jakarta: Gema Insani, 2002.

\_\_\_\_\_, *Agar harta berkah dan bertambah: gerakan membudayakan zakat, infaq, sedekah dan wakaf*. Jakarta : Gema Pres 2007.

Heizer, Jay dan Barry Render, *Manajemen Oprasi Buku 1 Edisi 9*, Jakarta: Salemba Empat, 2009

Irawan, Handi, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002.

Kartika Sari Elsi, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*, PT. Grasindo, 2007.

Kotler, Philip dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia. Edisi Pertama*, Jakarta: Salemba Empat, 1999.

Kountur, Ronny, *Menguasai Riset pemasaran cara Mudah dan praktis*. PPM Menteng Raya 9. Jakarta; 2008.

Kuncoro, Mudrajat, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jogjakarta: Erlangga, 2003.

Lupioadi, Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Pelayanan*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.

Lupiyoadi, Rambat, A. Hamdani, *Manajemen Pmeasaran pelayanan edisi dua*. Jakarta: salemba empat, 2011.

- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam, pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawal pers. 2008.
- Mursyidi, *Akuntansi Zakat Kontemporer*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003
- Nashih Ulwan, Abdullah, *Zakat Menurut 4 Mazhab*, Jakarta: pustaka Al kautsar, 2008.
- Rahman Qadir, Abdur, *Zakat Dalam Dimensi Mahdhah dan Sosial*, PT. Raja Garfindo Persada, Jakarta 1998.
- Ratmino dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Rianto, Yatim, *Metodologi Pendidikan Suatu Tujuan Dasar*, Surabaya: Gaung Persada Press, 1996.
- Saefuddin Johar, Asep, *Zakat Antar Bangsa Muslim : Menimbang posisi realitas pemerintah dan organisasi masyarakat sipil. Zakat dan Empowering/vol.1/2008/*
- Setiawan, Supriyadi, *Loyalitas Pelanggan pelayanan*. Bogor. PT. Penerbit IPB Press, 2011
- Sudewo, Eri, *MANAJEMEN ZIS "Profesionallah Agar Tak Terus Terbetot Di Kubang Tradisi, Poternsi Dan Wacana"*, IMZ, 2012.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Tanjung, Hendri dan Abrista Devi, *"metode Penelitian Ekonomi Islam"*. Bekasi : Gramata Publishing. 2013
- Tim Penyusun, *Menggagas Arsitektur zakat Indonesia*, Indonesia Magnificence of zakat (IMZ), 2011.
- Tim Penyusun, *Panduan organisasi pengelolaan zakat*, Direktorat pemberdayaan zakat direktorat jenderal bimbingan masyarakat Islam departemen agama 2008.
- Umar, Husein, *Evaluasai kinerja perusahaan : teknik evaluasi bisnis dan kinerja perusahaan secara komprehensif, kuantitatif, dan modern*, Penerbit : jakarta, Gramedia pusaka utama, 2002.
- Usman, Hardian, *Proses Penelitian Kuantitatif*, Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2006.
- Yafie, Ali, *Menggagas Fiqih Sosial: dari Soal Lingkngan Hidup, Asuransi hingga Ukhuwah*, Bandung: Penerbit Mizan, Cet. III, 1995.
- Zaki Aldin, Al Hafizh, Abd Al Azhim Al Mundziri, *Mukhtasar Shahih Muslim*, Al Maktab Al Islamai, Beirut.